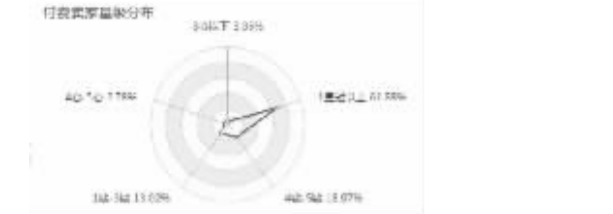


(上接 241 版)

根据企业会计准则规定 2019 年平均客户数为 193628,2020 年随着公司加大推广营销的力度,2020 年客户数逐季上升,截止 3 月 31 日客户数为 207091,客户数逐季回升,为 2020 年业绩奠定良好的基础。另外根据售后后台的数据反馈,售后满意度客户占比为 61.88%,客户稳定性高,优于同行其他产品,能在竞争激烈的市场环境下,公司 2020 年收益水平可维持在 2019 年。



(2) 云车手
 麦昂云车手服务是在为奇瑞汽车推出的车运营服务,与奇瑞有比较稳定的连线,燃油车的下滑也带来了车手服务的下滑,2020 年随着奇瑞销量回升,车手服务也对应会出现增长,同时公司内部主动进行培训制度,所有车手必须经过阿里官方认证,取得相关资质,如阿里数据营销师等相关证书。

车手引入淘宝店铺专家,从店铺诊断到运营提供专业化的服务,建立 24 小时服务机制,全天候服务客户,带来了良好的口碑,转化率达到了 60%,同时也带动了整体转化率提升,所有产品体系为 40%,远超行业其他产品水平;故而在竞争激烈的市场环境下,公司 2020 年维持在 2019 年水平是可行的。

因客户产品省流化、云车手的产品需求及市场发展需求企业于 2020 年与奇瑞汽车共同推出了形成产研销闭环产品,以适应市场的需求及推出公司发展。同时企业作为电子商务技术服务提供商 (B2V) 多方面,因客户的需求,企业发展的重要,与 2018 年拓展了代运营业务。超越推广及代运营业务具体如下如下:

(1) 代运营业务:代运营主要是指帮助一些希望做电商的传统企业开展网上销售,这就需要该运营公司拥有网络营销、产品、客服、供应链等方面的知识,然后可以跟传统企业对销售业务进行销售分成,其中在代运营过程中传统企业一般不需要支付基础的代运营服务费,代运营包括建站、平台开店、推广、数据分析、物流、客服、仓储等板块为企业提供电商服务。

2020 年代运营业务已签订合同的有 5 家公司 10 个店铺。根据各店铺收入和提成率进行预估,预计收入 1360 万。1.根据公司的规划,代运营的客户控制在 15 家左右,2020 年预计为 12 家,现已签订合同 10 家店铺,2021 年会继续签约新客户,形成新的增长增长点。2.粉丝运营现在引入麦昂社群营销中,麦昂的客户平台研发项目在不断进步,预计下半年上线,针对粉丝运营这个收入点,将会为麦昂的客户带来新的客户进入,形成新的增长增长点。3.粉丝运营现在引入麦昂社群营销体系,3.将全行业运营人员,提高服务能力,打造高素质的代运营服务团队,2021 年-2024 年预计收入会出现上升,维持持有代运营团队的运营服务内容,持续引入新的客户。

(3) 超越推广
 1.产品产生背景
 随着消费升级的崛起,阿里妈妈全新的产品,超越推广应运而生,实现从“人找货”被动营销到“货找人”主动营销的转变。超越推广在营销工具中是我们没有外投的商家站内心智种草的又一利器,同时也是通过各种种草商家在站内心智运营中的又一个高频曝光的工具。原生形式信息的推广“超越推广”推动的是从人找货信息到货找人,转变,减少了消费者购物、购中、购后的消费决策路径。

2019 年官方公布,手淘直播流量:手淘搜索流量+7.3,这意味着直播场景的巨变,未来的流量集中在推荐流量池,超越推广参与的销售用户几何级数增长,未来这一块会成为商家做大的付费流量渠道。

2.超越推广的优势
 ①全场覆盖
 覆盖超过 1 亿用户,覆盖手机核心心智渠道:猜你喜欢(首页、购物车、支付成功)、微淘、直播广场、有好货、逛消费者“逛”的需求,引导用户在推荐场景中的流量。

②多维创意营销
 支持商品、图文、短视频、直播间、海外卡等多种创意形式,让内容更丰富的形式,与您的消费者进行互动。基于阿里巴巴大数据推荐算法,能够全方位定向用户,从商品、店铺、类目、内容、粉丝等多维度,帮助您精准找到您的潜在消费者。

③多维度价值
 淘宝超越推广依托原有的第一成交价值体系,从消费者运营角度出发,提供消费者流转,粉丝流转价值,突出消费者生命周期价值 (LTV),全面展现推广价值,帮助商家实现品牌长期增长。

超越推广优势
 A. 收费模式: CPC/CPM
 B. 核心资源位: 猜你喜欢(首页/购物车/支付成功页)、微淘关注墙、有好货、直播广场精选 C. 支持推广形式: 商品、微淘图文、短视频、直播间、海外卡(超越推广专属模板)

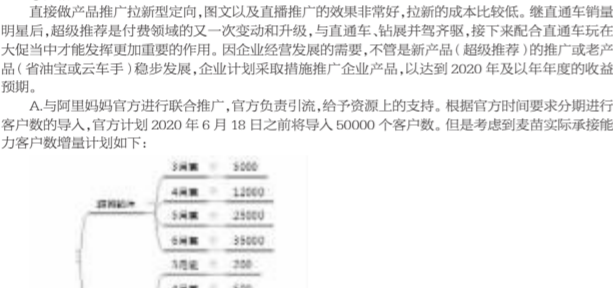
3.超越推广的作用
 ①精准营销
 通过大数据的销量,把店铺的销量权重,以销量为导向,智能投放自出价值的流量,多种定向人群并增加信息密度,这个点击单价可能就稍高一点,但是不要太太去管点击单价和投产比,只要不是太大的话,都是可以接受的,主要是做精准推广,主要的人群就投放放在精准定向人群。

②引流引流
 流量池非常的大,多出了达摩盘这类的流量圈人群,这里的流量会比较多,价格宜,以低价引流为目的,就要多推商品打开流量入口,多种定向向人群推送,多资源位引流。

③缩短转化期
 收割加购有成交的成交部分,人可以快速进行收割,主要就是针对转化周期长的,或者是长时间不能转化的,主要是做精准推广,主要的人群就投放放在精准定向人群。

④新增
 通过超越推广拉升新定向,图文以及直播推广的转化率非常,拉新的成本比较低。随着销量增长,直接推广付费成本的又一次波动和拉升,与直播车、站群并驾齐驱,接下来配合销量车玩在大促中才能发挥更重要的作用,因企业经营发展的需要,不管是新产品(超越推广)的推广或者产品(淘宝直播云车手)稳步发展,企业计划采取超越推广产品,以达到 2020 年以及年度的经营预期。

4.阿里妈妈官方进行联合推广,官方负责引流,给予资源上的支持,根据官方计划要求分期导入客户的导入,官方计划到 2020 年 6 月 18 日之前将导入 50000 个新客户,但是考虑到实际运营承接能力客户数超预期计划如下:



D. 确立客户第一的服务战略,真心服务客户,与客户一起成长,建立良好的口碑,培养忠实客户群体。

B. 服务市场推广支持
 在服务市场提供顾问位推广支持,在超越推广期间,超越后台岗位、商家中心、我要推广页面、千牛端页面、万堂书客服位、服务市场位、平台活动运营岗位等建立有全方位客户服务优先权。

C. 深度合作
 深度与阿里妈妈进行合作,在阿里各类大会上进行现场营销,建立讲师机制,培养会议营销师,具体计划如下:



D. 确立客户第一的服务战略,真心服务客户,与客户一起成长,建立良好的口碑,培养忠实客户群体。

A. 线上进行营销,整理公司累计服务的 30 万老客户信息并现有 2 万新客户,分类目建立相关营销群,做到精准信息的定向,精准推送。开发推送前置自己的服务市场。

B. 建立一级代理商,推广超越推广和淘宝直播等业务相关产品和服务。
 C. 对现有的产品进行优化组合,形成流量直通车、超越推广、站群的推广包,全方位满足不同需求,超越推广处于阿里妈妈推广新阶段,客户数正在急剧增长,从 2020 年 3 月 25 日 3600 个增长 3 月 31 日 6312 个,今天到到增长了近 3000 个,根据阿里妈妈的合作政策规定 6 月底阿里妈妈杭州定推广 50000 个新客户,考虑到实际的承接能力,预计有客户 35000 个,并且一直保持 35000 个新客户,按照 80% 的转化率,同时支付推广的有效期 6 个月,预计带来 800 万收入,一直保持 800 万收入,2021 年预计新增推广到 1600 万左右。

根据企业在行业分析及企业目前经营预期的客户定位,客户基础良好,结合公司目前已签约未完全合同情况及正在跟踪开发客户情况以及 2020 年经营预期,具体情况如下表:

与商誉相关资产组 (COU) 未减值业务收入预测表

项目	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入	6,797.03	7,266.32	7,636.06	7,982.25	8,348.01

2. 经营税金及附加预测
 机壳类产品结构技术有公司的营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加和地方教育费附加。

以预测年度营业税金及附加为基础结合评估基准日适用的税率预测未来年度的营业税金及附加。评估基准日杭州麦昂网络技术有限公司执行的税率详见如下:

税种	执行税率
增值税附加税	7%
教育费附加	3%
地方教育费附加	2%

未来年度营业税金及附加详见下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
营业税金及附加	461.65	481.8	501.62	521.37	541.17

3. 销售费用的预测
 销售费用主要为销售人员的人工工资、技术服务费以及其他费用。评估人员对各类费用分别预测如下:

销售人员人工薪酬包括员工工资和根据人工工资计提的社保等。人工工资是公司运营过程中产生的销售人员的工资支出,评估人员根据历史的人工工资水平,结合公司的人事发展战略通过预测未来年度的销售人员人数和人均工资确定预测期的人工工资;社会保险根据人工工资计提的各类社保公积金,评估人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后,以预测期的人工工资为基础,预测未来年度的保险费。

对其其他销售费用,评估人员根据各项费用在历史年度的支付水平,以企业发展规模和收入增长情况为基础,参考企业历史年度的费用发生金额确定预测的增长比率预测未来年度的相应费用。因此未来年度销售费用预测情况如下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
销售费用	1,289.65	1,413.03	1,494.77	1,582.04	1,670.64

4. 管理费用的预测
 管理费用中的工资是管理部门人员的工资薪酬,评估人员根据历史的人工工资水平,结合公司的人事发展战略通过预测未来年度的管理人员人数和人均工资确定预测期的人工工资;社保费和公积金为根据人工工资计提的各类社保公积金,评估人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后,以预测期的人工工资为基础,预测未来年度的保险费。

对其其他管理费用,评估人员根据各项费用在历史年度的支付水平,以企业发展规模和收入增长情况为基础,参考企业历史年度的费用发生金额确定预测的增长比率预测未来年度的相应费用。因此未来年度管理费用预测情况如下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
管理费用	371.30	391.06	398.01	409.06	422.01

5. 研发费用预测
 研发费用中的工资是管理部门人员的工资薪酬,评估人员根据历史的人工工资水平,结合公司的人事发展战略通过预测未来年度的管理人员人数和人均工资确定预测期的人工工资;社保费和公积金为根据人工工资计提的各类社保公积金,评估人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后,以预测期的人工工资为基础,预测未来年度的保险费。

对其其他研发费用,评估人员根据各项费用在历史年度的支付水平,以企业发展规模和收入增长情况为基础,参考企业历史年度的费用发生金额确定预测的增长比率预测未来年度的相应费用。因此未来年度研发费用预测情况如下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
研发费用	1,038.00	1,111.00	1,184.00	1,257.00	1,330.00

6. 财务费用预测
 财务费用中的利息支出是管理部门人员的工资薪酬,评估人员根据历史的人工工资水平,结合公司的人事发展战略通过预测未来年度的管理人员人数和人均工资确定预测期的人工工资;社保费和公积金为根据人工工资计提的各类社保公积金,评估人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后,以预测期的人工工资为基础,预测未来年度的保险费。

对其其他财务费用,评估人员根据各项费用在历史年度的支付水平,以企业发展规模和收入增长情况为基础,参考企业历史年度的费用发生金额确定预测的增长比率预测未来年度的相应费用。因此未来年度财务费用预测情况如下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
财务费用	1,038.00	1,111.00	1,184.00	1,257.00	1,330.00

7. 其他费用预测
 其他费用中的利息支出是管理部门人员的工资薪酬,评估人员根据历史的人工工资水平,结合公司的人事发展战略通过预测未来年度的管理人员人数和人均工资确定预测期的人工工资;社保费和公积金为根据人工工资计提的各类社保公积金,评估人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后,以预测期的人工工资为基础,预测未来年度的保险费。

对其其他其他费用,评估人员根据各项费用在历史年度的支付水平,以企业发展规模和收入增长情况为基础,参考企业历史年度的费用发生金额确定预测的增长比率预测未来年度的相应费用。因此未来年度其他费用预测情况如下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
其他费用	1,038.00	1,111.00	1,184.00	1,257.00	1,330.00

其他研发费用主要是公司运营过程中产生的技术服务费、其他费用等,我们根据其在历史年度中的支付水平,以企业发展规模和收入水平为基础,预测未来年度中的其他研发费用。研发费用预测见下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
研发费用	1,038.00	1,111.00	1,184.00	1,257.00	1,330.00

6. 财务费用的预测
 财务费用中的利息支出是管理部门人员的工资薪酬,评估人员根据历史的人工工资水平,结合公司的人事发展战略通过预测未来年度的管理人员人数和人均工资确定预测期的人工工资;社保费和公积金为根据人工工资计提的各类社保公积金,评估人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后,以预测期的人工工资为基础,预测未来年度的保险费。

对其其他财务费用,评估人员根据各项费用在历史年度的支付水平,以企业发展规模和收入增长情况为基础,参考企业历史年度的费用发生金额确定预测的增长比率预测未来年度的相应费用。因此未来年度财务费用预测情况如下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
财务费用	1,038.00	1,111.00	1,184.00	1,257.00	1,330.00

7. 其他费用预测
 其他费用中的利息支出是管理部门人员的工资薪酬,评估人员根据历史的人工工资水平,结合公司的人事发展战略通过预测未来年度的管理人员人数和人均工资确定预测期的人工工资;社保费和公积金为根据人工工资计提的各类社保公积金,评估人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后,以预测期的人工工资为基础,预测未来年度的保险费。

对其其他其他费用,评估人员根据各项费用在历史年度的支付水平,以企业发展规模和收入增长情况为基础,参考企业历史年度的费用发生金额确定预测的增长比率预测未来年度的相应费用。因此未来年度其他费用预测情况如下表:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
其他费用	1,038.00	1,111.00	1,184.00	1,257.00	1,330.00

8. 折旧与摊销的预测
 根据企业财务报告 and 资产负债表调整表,截止评估基准日被评估单位折旧及摊销情况如下表:

资产类别	账面原值	累计折旧	账面净值	评估原值	评估净值
房屋建筑物	1,038,000.00	311,000.00	727,000.00	3.5	0%
机器设备	1,038,000.00	1,038,000.00	0.00	3.5	0%

对于今后每年资本性支出形成的各类资产,遵循了企业执行的一贯会计政策计提,其折旧年限按以上年限计算折旧。

有折旧及摊销的预测如下表:

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
折旧摊销费用	14.00	15.00	14.00	14.00	14.00

9. 资本性支出预测
 资本性支出主要是为了保证企业生产经营可以正常发展的情况下,企业每年需要投入的资本性支出。我们根据企业固定资产的使用情况,参考行业特点及企业经营现状,认为企业的资本性支出主要是用于维持现有生产能力方面的支出。

除用于维持现有生产能力方面的支出外,企业每年资本性支出主要用于企业固定资产的到期更新支出。预测参考企业报告期内新增资本性支出情况以及每年折旧摊销金额。

资本性支出预测如下:

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
资本性支出	15.00	20.00	20.00	15.00	10.00

10. 营运资金追加预测
 为适应业务的发展变化,在未来期间,企业追加营运资金,影响营运资金的因素主要包括经营现金、经营性应收项目和经营性应付项目的增减,其中经营性应收项目包括应收账款、预付账款及其他应收款等;经营性应付项目包括应付账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等;对于各类款项对营运资金变化的影响具体考虑如下:

在考虑经营性应收项目未来规模时,由于应收账款与企业的收入密切相关,且存在一定比例关系,故根据预测的营业收入,参考历史年度应收账款占营业收入的比例,确定未来年度的应收账款总额。对于预付账款,由于其与营业收入密切相关,故假设未来年度保持现有规模持续滚动。对于应付账款,参考历史年度应付账款占营业收入的比例,确定未来年度的应付账款总额。对于应付职工薪酬,参考历史年度应付职工薪酬占营业收入的比例,确定未来年度的应付职工薪酬总额。对于应交税费,根据预测的各项税费,参考历史年度应交税费占营业收入的比例,确定未来年度的应交税费。对于与企业经营成本不紧密相关的其他应付款和其他负债类,假设未来年度保持现有规模持续滚动。

经过上述分析,未来各年度营运资金追加预测如下表:

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
营运资金追加	279.00	334.00	344.00	319.00	249.00

11. 机壳类存货未来现金流量预测如下:

年份	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
一、营业收入	6,797.03	7,266.32	7,636.06	7,982.25	8,348.01
二、营业成本	6,797.03	7,266.32	7,636.06	7,982.25	8,348.01

三、营业利润
 四、利润总额
 五、净利润
 六、自由现金流量
 七、折现系数
 八、折现现金流量
 九、折现现金流量现值
 十、折现现金流量现值合计

12. 与商誉相关资产组价值
 根据以上分析,预测期确定的各参数,通过对收益期内各年预测自由现金流进行折现,得出与商誉相关资产组价值,计算结果如下:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入	6,797.03	7,266.32	7,636.06	7,982.25	8,348.01

资产组评估价值 32,664.68 万元,大于账面组合(含商誉)32,543.13 万元账面价值 121.55 万元,未发生商誉减值。

(三) 北京未来现金流量预测的确定
 北京增长一近两年来政府集中采购采购电商化趋势明显,北京办公积极开拓相关业务,确定北京在预测期一年及历史上实现的收入增长基础上,根据预计的市场需求及自身的业务发展及营销战略而保持相应的增长率。

预测期毛利率一确定参考 2016 年-2019 年的平均毛利率水平。
 其费用一参照历史年度数据及相应比例增长预测。

1. 北京办公未来现金流量预测如下:

项目	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入	10,000.00	11,000.00	12,000.00	13,000.00	14,000.00

资产组评估价值 2,899.60 万元,大于账面组合(含商誉)2,613.37 万元账面价值 276.23 万元,未发生商誉减值。

年度会计预测
 1. 了解、评价并测试管理层设计的主要会计程序,包括但不限于:
 (1) 了解、评价并测试管理层与商誉相关的内部控制的设计及运行的有效性;
 (2) 评价管理层编制的专家报告的责任性、合理性和客观性;
 (3) 测试管理层编制的历史数据的有效性,与管理层及外部专家讨论管理层测试过程中所使用的模型、评估方法、估值模型的适当性,以及关键假设、折现率等参数的合理性;

(4) 复核管理层所编资产组可收回金额的测算表。
 2. 会计师执行的审计程序,包括但不限于:
 (1) 与公司管理层和治理层的控制测试,管理层对期末商誉减值测试结果的审批记录;
 (2) 管理层的减值测试专家报告;
 (3) 管理层编制的未来盈利预测报告;
 (4) 与管理层及外部评估专家讨论、评估师出具的正式评估报告;

(5) 项目组对商誉所属资产组可收回金额的复核记录。
 3. 会计师得出结论:
 经核查,我们认为:公司于 2019 年末对商誉进行减值测试,经测试商誉未发生减值,公司商誉的减值测试过程和结果符合企业会计准则的相关规定。

十、报告期内,你公司应计提减值准备为 6.98 亿元,同比增长 77.95%;应付账款 16.28 亿元,同比增长 68.04%。请补充披露前五十大应付账款的名称、具体金额、交易信息等内容,并结合公司的商业模式及经营模式,说明你公司在货币资金紧张的情况下应付账款及应付账款余额大幅增长的原因。

公司回复:
 公司前五十大应付账款明细如下:

序号	应付账款名称	金额
1	1309099	26,297.72
2	107992	19,500.00
3	103948	6,027.60
4	103948	5,960.00
5	103948	5,960.00
6	103948	5,960.00
7	103948	5,960.00
8	103948	5,960.00
9	103948	5,960.00
10	103948	5,960.00

公司前五十大应付账款明细如下:

序号	应付账款名称	金额
1	1309099	26,297.72
2	107992	19,500.00
3	103948	6,027.60
4	103948	5,960.00
5	103948	5,960.00
6	103948	5,960.00
7	103948	5,960.00
8	103948	5,960.00
9	103948	5,960.00
10	103948	5,960.00

公司应付账款 16.28 亿元,同比增长 68.04%,主要原因如下:
 2019 年公司营业收入 59.81 亿元,营业成本 41.03%,公司营业收入增长主要由于公司 B2B 大客户销售业务快速增长。公司 B2B 大客户业务涉及企业、金融机构、政府等单位,这些大客户应收账款风险可控,但信用账期相对较长。由于营业收入增长及大客户销售占比增加,2019 年应收账款增加较快。同时公司采购规模持续增长,2019 年年度采购总额(含税,不包含代理采购服务的采购额) 66.51 亿元,采购总额增长 16.83 亿元,增长率为 42.41%。公司应付账款采用银行转账、银行票据(包括承兑汇票、国内信用证、保理贴现)等结算方式,应付账款结算天数约 46 天左右,150 天,银行票据结算天数约 90 天左右,应付账款增加主要由于采购规模增加,其次是 B2B 大客户信用账期相对较长,这部分业务为公司供应商的应付账款结算天数也相应较长。

公司应付账款余额为 6.98 亿元,同比增长 77.95%,主要原因:报告期公司采购规模持续增长,经与合作伙伴沟通协商,双方一致同意采用应付票据方式结算,加快供应商货款支付。

综上所述,结合前述两个问题,随着 2020 年公司业务的快速发展,公司业务发展仍有运营资金需求,在现有货币资金存量情况下,应付账款及应付票据符合公司业务发展的需要。

十一、报告期内,你公司应交税费余额为 1.22 亿元,同比增长 110.76%。请结合你公司营业收入确认情况,说明你公司应交税费大幅增长的具体原因及合理性。

公司回复:
 公司年中披露的应交税费补充